Espacio para la política y la inmigración

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**

En el conjunto de las tesis doctorales pertenecientes al ámbito de la comunicación y la cultura leídas más recientemente(*), es posible identificar, junto a aquellas áreas tradicionales como los estudios dedicados a la información, el periodismo y la prensa y los trabajos que se preguntan por la configuración pública y privada de las políticas de comunicación, un renovado interés por el ámbito de la política y una interesante incorporación del fenómeno de la inmigración.

Al respecto, los análisis remiten tanto al tratamiento que recibe este tema en cadenas televisivas y periódicos, como a los elementos que caracterizan las publicaciones destinadas a los inmigrantes. En el caso de las investigaciones dedicadas a alimentar la relación comunicación y política, los escritos recorren el camino que va desde el análisis de la imagen de un político y la comunicación gubernamental de un ayuntamiento, hasta las que se efectúan a partir de los carteles electorales y las páginas web de los partidos políticos, pasando por la construcción mediática de la agenda política.

En relación con las obras cuyo marco de referencia es la información, además de la reflexión teórica sobre la noción, destaca el interés por el tratamiento informativo de sucesos de enorme trascendencia para la sociedad española, así como de temas poco frecuentes ?la información periodística bursátil?. Entre el pasado y el futuro, es decir, publicaciones ya históricas y fenómenos como la digitalización, pueden catalogarse las tesis entre las cuales destacan las que refieren a algunos de los grandes asuntos que afectan hoy al ejercicio del periodismo: formación en nuevas técnicas y tecnologías, derechos de autor y credibilidad. Finalmente, cabe señalar que una vez más las políticas de comunicación son objeto de debate, ya sea por su sostén ideológico o por su motivación empresarial.

(*) La recopilación se efectúa de manera sistemática tanto a través de la base de datos Teseo,

Fundación Telefónica
Telefónica

(https://www.micinn.es/teseo), dependiente del Ministerio de Ciencia e Innovación, como mediante la herramienta TDX (Tesis Doctorals en Xarxa; www.tdx.cesca.es). Si ésta ofrece en línea las investigaciones doctorales acogidas por las universidades que colaboran con la iniciativa, la primera recoge y permite recuperar información sintética de las tesis leídas y consideradas aptas en todas las universidades españolas.

TEORÍA Y TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Problematización del concepto de información. Maquinaria empírica y fundamentación conceptual

Almedia Cravo Paolo Filipede

Departamento: Periodismo III, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

La tesis efectúa una problematización del concepto de ?información?, partiendo de sus diferentes usos, y demuestra que es utilizado en muchos contextos con significado e importancia distintos. La necesidad de una fundamentación adecuada para el término remite a la presencia del concepto en las distintas descripciones teóricas existentes en la sociedad en que vivimos (científicas, políticas, económicas, sociales, etc.). El trabajo concluye con una propuesta que apunta a la necesidad de reconocer la información como otra forma: no como un concepto o como una unidad de conceptos, antes bien, como una verdadera fundamentación ontológica.

Análisis crítico a la gestión informativa desempeñada por los diarios *El País*, *ABC* y *La Razón*, durante los sucesos del 11-M

Julio Carvajal Rivera

Departamento: Periodismo IV, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

El estudio parte de los trágicos acontecimientos ocurridos en torno a los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid, para describir técnicamente la actuación que desempeñaron los periódicos *El País, ABC* y *La Razón* en ese contexto excepcional. Se observan ajustadamente sus procesos de producción periodística, sus columnas editoriales de opinión y los testimonios de los propios periodistas que tuvieron a su cargo la cobertura de los hechos. De todo ello se deducen consideraciones profesionales, empresariales, políticas y sociales referidas al estado de la prensa escrita en aquel intenso periodo vivido en España. La obra presenta un conjunto de antecedentes relacionados con el tema y adjunta referencias electrónicas de información oficial, informes hemerográficos y entrevistas a los protagonistas.

El derecho a la información veraz en el caso Prestige. Análisis de la información sobre el caso Prestige 2002-2003

Virginia Aguirre Jorquera

Fundación Telefónica
Telefónica

Sección Departamental: Derecho Constitucional, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Este trabajo intenta dilucidar algunos interrogantes relacionados con la información que las autoridades públicas españolas entregaron a los ciudadanos sobre la catástrofe ecológica, social y económica desencadenada tras el accidente del petrolero Prestige, ocurrido el 13 de noviembre de 2002 frente a la costa de Galicia. Con este fin se analizan las informaciones oficiales difundidas durante un año, contrastándolas con las de otras fuentes independientes, con el propósito de comprobar si la actuación de las autoridades se ciñó o no a las obligaciones institucionales de proteger el derecho fundamental de los españoles a recibir información veraz y de procurar la difusión inmediata de todas las informaciones en su poder acerca de la real magnitud de la catástrofe.

PRENSA Y PERIODISMO

Un instrumento de consenso: *Panorama. Revista portuguesa de arte e turismo* (1941-1950)

Victorino José Freitas de Sousa

Departamento: Periodismo III, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Entre 1933 y 1950, Portugal protagonizó un periodo de afirmación, a partir de un modelo y un entramado centralizado de propaganda, cuyas iniciativas, poco estudiadas hasta el presente, dejaron una seña de identidad específica con repercusiones y significaciones muy características. Uno de los elementos fundamentales que hizo posible este proceso fue *Panorama: Revista Portuguesa de Arte e Turismo*, objeto de este trabajo. Basándose en fuentes solventes de primera mano, se sostiene que esta publicación ha representado los éxitos de Portugal (renovación del país, promoción del arte, la cultura y el turismo, promoción de las relaciones públicas internacionales, etc.), pero también los fracasos y las carencias de unas estructuras todavía mal definidas.

Sátira, caricatura y parodia en Argentina de fines del siglo XIX. Un caso paradigmático: el periódico *Don Quijote* (1884-1904), Buenos Aires

Ximena Ávila Barei

Departamento: Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna (ULL)

Este trabajo propone como objeto de estudio al periódico satírico *Don Quijote*, fundado por el español Eduardo Sojo en la Argentina de finales del siglo XIX. El escrito toma como punto de partida un marco histórico-periodístico que posibilita construir el conjunto de las condiciones socio-culturales, los conflictos políticos y la participación de los sujetos sociales en la historia argentina del periodo mencionado. Partiendo de las nociones teóricas desarrolladas por Mijail Bajtín, Marc Angenot, Linda Hutcheon y otros teóricos del discurso, el escrito sostiene que

Fundación Telefónica
Telefónica

frente a la hegemonía de los discursos oficiales la publicación se erigió como un ?contradiscurso? que leía la realidad de una manera humorística, no exenta de una fuerte crítica a la clase dirigente de la época.

Fenomenología de la invención en el periodismo informativo

José Manuel Burgueño Muñoz

Departamento: Periodismo I, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Aunque el respeto a la verdad está reconocido en la mayoría de los códigos deontológicos como el primer compromiso del periodista, son muchas y muy diversas las formas de quebrantarlo (manipulación, amarillismo, desinformación, rumor…). Y si bien ello ha sido en general muy estudiado, el fenómeno de la invención, vigente desde antiguo pero revitalizado en la actualidad, carece de un marco teórico propio en el que encuadrarse. De ahí que esta tesis pretenda aportar un estudio sistemático y fundamentado de esta realidad, adentrándose en su definición, tipología, historia, origen, géneros más proclives, causas y entornos que la hacen posible. Finalmente, ya en el marco de las consecuencias que provoca, se proponen algunas medidas preventivas y correctoras y una reflexión sobre el nuevo papel del periodista en el entorno informativo del siglo XXI.

Cuestiones de autoría en el periodismo digital

Bárbara Yuste Robles

Sección Departamental: Derecho Constitucional, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Los conflictos que la digitalización de la obra periodística supone para los derechos de autor son el nudo central que aborda esta investigación. La mayor accesibilidad de la información en Internet y la facilidad para su reproducción sin merma de calidad y apenas costes, ha desequilibrado el modelo clásico de autoría. Entre las cuestiones que se analizan figuran los problemas que se plantean con los resúmenes de prensa, la sindicación de contenidos y las nuevas formas de difusión digital como el *webcasting* o el *podcasting*. Asimismo, se hace una aproximación a las nuevas rutinas que tiene que desempeñar el periodista en las redacciones *on line* y los problemas relacionados con el derecho de autor en el ámbito laboral. Finalmente, se presenta una propuesta de sistema para los derechos de autor del periodista que proteja sus derechos morales y económicos en el entorno digital

La enseñanza del ciberperiodismo en las licenciaturas de Periodismo de España

Santiago Tejedor Calvo

Departamento: Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Fundación Telefónica
Telefónica

El trabajo tiene como meta realizar una investigación detallada sobre la presencia actual del periodismo digital en los planes de estudio de las licenciaturas de Periodismo que se imparten en España, y obtener criterios que permitan establecer sugerencias y recomendaciones para su correcta inclusión curricular en los mismos. A partir del análisis de los planteamientos y reflexiones teóricas de docentes e investigadores que se dedican a la enseñanza del ciberperiodismo y de las demandas que desde el terreno profesional existen en relación con la formación de los futuros profesionales, se presenta un conjunto de recomendaciones para la inclusión del periodismo digital en los planes de estudio.

COMUNICACIÓN E INMIGRACIÓN

Información visual e inmigración

Eduard Bertran Coppini

Departamento: Comunicación Audiovisual y Publicidad, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)

Esta tesis estudia el papel que juega la información visual sobre la imagen que se proyecta de los inmigrantes no comunitarios. Para ello analiza las imágenes ofrecidas por los programas informativos diarios de cuatro cadenas televisivas (*TVE, Antena3, TV3* y *Telecinco*) y las fotografías publicadas por cuatro diarios de información general (*El País, El Periódico de Catalunya, La Vanguardia* y *Avui*), durante periodos de un mes de los años 1996, 1997 y 2000. El trabajo, que confirma su hipótesis central ?el lenguaje visual que ofrecen los programas televisivos de información diaria y los periódicos de información general es un generador más de la discriminación que sufren los inmigrantes no comunitarios? finaliza enumerando una serie de propuestas cuya finalidad es la realización de una información visual de calidad sobre la inmigración.

Inmigración irregular africana y prensa en Canarias (1999-2003)

Mª Adoración Merino Arribas

Departamento: Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna (ULL)

La inmigración ha sido un motivo de debate y de tensiones sociales y políticas en Canarias, a las puertas del siglo XXI, debido a la llegada incontrolada de personas que en un buen número de casos acaban en una situación administrativa irregular. El escrito analiza tanto cualitativa como cuantitativamente este fenómeno, a partir de un análisis del contenido referido a la inmigración ilegal africana aparecido en los cinco periódicos de mayor tirada del archipiélago de Canarias. Así pues, el corpus lo conforman las publicaciones *Canarias 7, La Provincia/Diario de las Palmas, Diario de Avisos, El Día* y la *Opinión de Tenerife*, durante el lustro 1999-2003.

COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Fundación Telefónica
Telefónica

La construcció mediàtica de l?agenda política. El pes del màrqueting polític en les estratègies partidistes. El cas de l?enquadrament mediàtic de l?Estatut de Catalunya 2006

Josep Antoni Aira Foix

Departamento: Comunicación Social, Universidad Ramón Llull (URL)

Partiendo de la teoría de la *agenda-setting*, y de su estadio evolucionado de la *agenda-building*, la tesis propone demostrar cómo los medios tienen una influencia sobre la política, superior a la que ésta tiene sobre ellos. Así es como el *marketing* político se revela como una pieza clave de esta dinámica, y ello tiene consecuencias que condicionan de raíz el ejercicio de la política. Así lo demuestra el análisis del objeto de este trabajo: el caso del Estatut de Cataluña, aprobado en el año 2006. Se sostiene que tal texto legislativo fue fuertemente mediatizado y que, a raíz de la exposición pública de todo su proceso de conformación a través de un encuadre mayoritariamente negativo, acabó viendo fuertemente condicionado a la baja su resultado final.

Propaganda política y promoción del cambio social en España. Análisis del cartel electoral (1977-2005)

José Arregui García

Departamento: Sociología I, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED)

La tesis explora en qué medida la propaganda política es fruto de los procesos sociales, en tanto que subproducto variable del cambio social, o por el contrario mantiene un «núcleo duro», estable en el tiempo e inmune a dichos cambios, que permitiría hablar de ella como fenómeno «condicionante» del cambio social. El corpus de la investigación lo constituye una muestra de 503 carteles electorales difundidos en España, entre 1977 y 2005 en campaña electoral, por partidos políticos que hubieran obtenido en alguna ocasión representación parlamentaria nacional. Sobre ellos se aplica un análisis de contenido, tanto cualitativo como cuantitativo, para estudiar los elementos de persistencia e innovación que intervienen en el proceso de transformación social y, por lo tanto, si la propaganda política simplemente refleja el cambio social o también lo promueve.

Participación política y nuevas tecnologías de la información: análisis de las páginas webs de los partidos políticos españoles

Felipe Malaver Arguinzzones

Departamento: Sociología IV, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Obra que tiene como objetivo estudiar la relación entre Internet, interactividad y política en la sociedad española. Para ello evalúa las páginas web de cuatro partidos políticos españoles y analiza cómo dichas organizaciones conciben las relaciones políticas interactivas con el

Fundación Telefónica
Telefónica

ciudadano. El recorte temporal se circunscribe al periodo de las elecciones municipales y autonómicas celebradas en el año 2003 en España, para intentar averiguar si las webs son empleadas como medios divulgativos o si constituyen un medio de participación con el que el ciudadano puede manifestarse de forma activa y determinante en la toma de decisiones de las organizaciones a las que pertenece. Se trata de discutir si la sociedad española ha desarrollado nuevos espacios y maneras para la praxis política mediada por el ordenador, destinadas a la construcción de un modelo de participación política interactiva *on line*.

Comunicación gubernamental en los espacios locales. Estudio de caso del Ayuntamiento de Mérida (Yucatán, México), 2001-2004

Irving Berlin Villafaña

Departamento: Ciencias de la Información, Universidad de La Laguna (ULL)

En los gobiernos locales mexicanos se observan configuraciones ?discursos y hechos vinculantes?, que proyectan la obra pública en diversas zonas de consenso o conflicto. En 2001 el ayuntamiento mexicano de Mérida, Yucatán, diseñó un paquete de políticas públicas que enfrentaron problemas añejos y no resueltos de la comunidad, provocando inestabilidad y transformación en diversas zonas de la vida social. A pesar del apoyo ciudadano a las medidas, el enfrentamiento de diversas agendas públicas, como la mediática y la gubernamental, propició una falta de coordinación que impidió la implementación de políticas. Ello confirma, según la investigación, que la comunicación política es el flujo de poder que transita entre diversos actores y subsistemas, provocando (in) gobernabilidad.

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Política informativa de *RNE* en la época franquista

Jesús Orozco Galindo

Departamento: Historia del Pensamiento y de los Movimientos Sociales y Políticos, Universidad Complutense de Madrid (UCM)

Se trata de una tesis histórica descriptiva de los primeros cuarenta años de vida de *Radio Nacional de España* (*RNE*), desde que ésta fue fundada en Salamanca hasta el fallecimiento de Franco. Se estudia e investiga la utilización que Franco hizo de *RNE*, convirtiéndola en instrumento, púlpito y portavoz para difundir las doctrinas del Estado Nuevo y del Movimiento Nacional. El trabajo, que se divide en varios bloques (Guerra Civil española, Segunda Guerra Mundial, Aislacionismo y Autarquía, la Autarquía a revisión, los Planes Económicos Nacionales, Radio Nacional frente a la emergente *Televisión Española,* y los últimos años del franquismo en *Radio Nacional de España*), concluye afirmando que Franco fundó *RNE* para vencer en la Guerra Civil y convencer a los españoles y al mundo entero de las bondades del Estado Nuevo durante los años que duró su gobierno.

Fundación Telefónica
Telefónica

Fundación Telefónica